

GoNews

Exklusive Zeitung der Gothaer für ihre Vertriebspartner



**Provision oder
Honorar – was
ist besser?**

Seite 3



**Das bringt 2020:
Was Sie jetzt
wissen sollten**

Seite 4



**Nachfolge:
Fertig machen
zur Übergabe**

Seite 11



VIER SEITEN DOSSIER

Nachhaltigkeit: Warum sollen wir? Und vor allem wie?

Der neue Megatrend verändert Gesellschaft und Unternehmen – auch in der Versicherungsbranche. Erfolgreich bleibt nur, wer sich langfristig darauf einlässt.

EXKLUSIV

Interview mit
Dr. Monika Griefahn



EDITORIAL

Lieber Vertriebspartner,

in ein neues Jahr startet man ja gern mit ein paar guten Vorsätzen, aber das war uns diesmal zu wenig. Und deshalb haben wir nicht nur über die Zukunft nachgedacht, sondern konkret gehandelt. Als Neujahrsgeschenk für das gerade beginnende Jahr, in dem Ihre Gothaer auch noch 200 Jahre alt wird, halten Sie eine runderneuerte Ausgabe der GoNews in Händen.

Neben einem frischen, noch übersichtlicheren Layout, hat sich auch inhaltlich einiges verändert. Ab sofort gibt es in jeder Ausgabe ein Dossier genanntes Schwerpunktthema zum Herausnehmen. Zum Auftakt geht es diesmal um das Thema Nachhaltigkeit, und die Greenpeace-Gründerin, ehemalige Ministerin und Unternehmerin Dr. Monika Griefahn erklärt uns, warum Firmen immer mehr Wert auf nachhaltiges Handeln legen müssen, um erfolgreich zu bleiben (Seiten 5 bis 8).

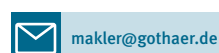
Darüber hinaus finden Sie in den GoNews künftig mehr Kommentare, Experten-Meinungen und Debatten – etwa zum Thema „Provision vs. Honorarberatung“ (Seite 3). Und selbstverständlich darf zu Beginn des Geschäftsjahres ein Überblick nicht fehlen über all das, was sich für Ihren Arbeitsalltag verändert (Seite 4).

Ich hoffe, die neuen GoNews gefallen Ihnen. Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg in 2020. Sollten Sie übrigens Anmerkungen oder Ideen haben, worüber wir in den GoNews berichten sollten, schreiben Sie mir gern.

Viel Spaß beim Lesen

Ihr

Ulrich Neumann,
Leiter Partnervertrieb



INHALT

DEBATTE

Gothaer trifft: Courtage oder Honorarberatung? 03

SERVICE

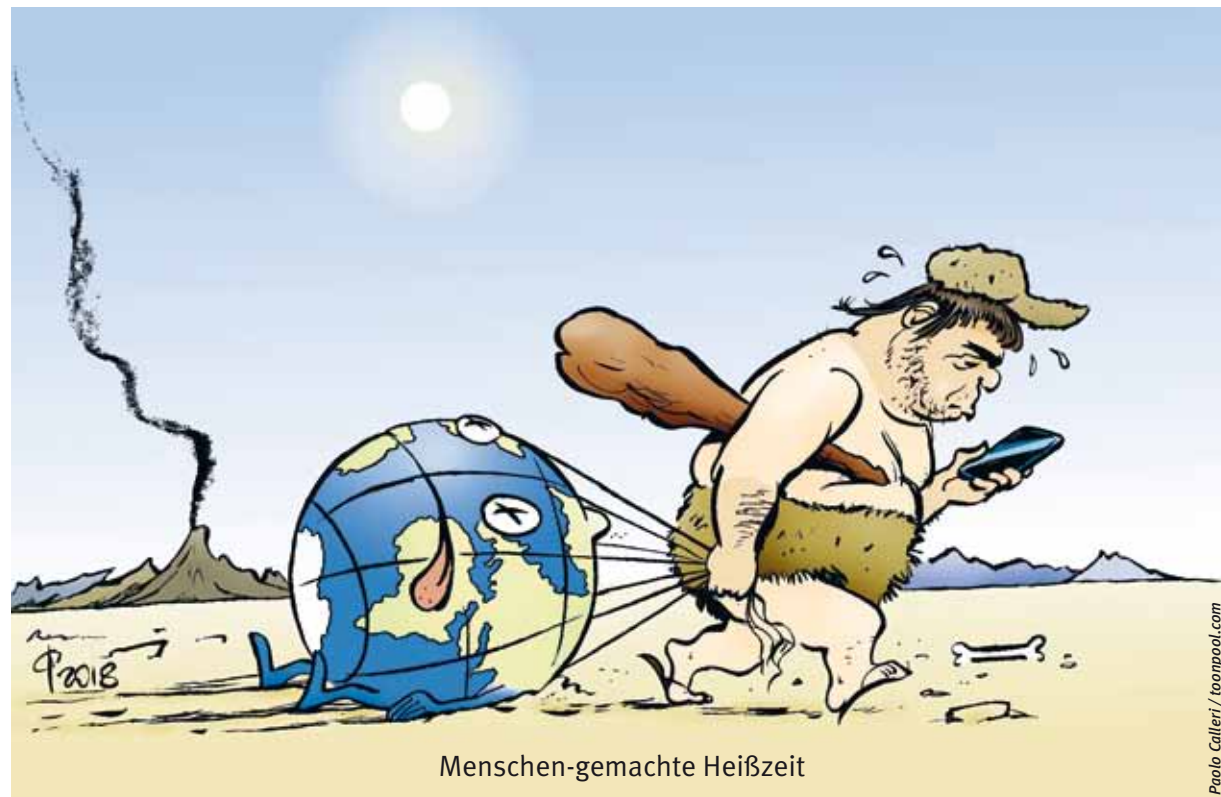
Ausblick: Was 2020 auf die Branche zukommt 04
Produkt-Check: Verbesserungen in der bAV 04
Die 20 besten Apps für den Arbeitsalltag 09
Gothaer für technische Anbindung ausgezeichnet... 10
Unternehmensnachfolge: So gelingt der Übergang 11

SCHWERPUNKT

Wie Nachhaltigkeit unser Leben verändert 05
Was sind die ESG-Faktoren? 05
Wie die Gothaer nachhaltig wird 06
Rendite erwirtschaften mit „Green Invest“ 07
Gothaer-Experte Kessler über grüne Geldanlage 07
Produkt-Check: Nachhaltige Biometrie 07
Interview: Monika Griefahn über Nachhaltigkeit 08

PORTRAIT

200 Jahre Gothaer – Kunde seit 1820 12
Tipps & Termine 12



LEITARTIKEL

Warum Fridays for Future und Greta für uns so wichtig sind

Dr. Karsten Eichmann, Vorstandsvorsitzender der Gothaer, erklärt, warum nur Unternehmen für Kunden relevant bleiben werden, die Nachhaltigkeit in ihre Geschäftsstrategie einbeziehen.

Wenn Sie einmal an die vergangenen zwölf Monate zurückdenken: Welches Thema hat die öffentliche Debatte mehr geprägt als jedes andere? Egal, ob Sie jetzt an Greta Thunberg, die Fridays for Future Bewegung, die ersten E-Scooter als Vorboten einer veränderten Mobilität oder den zum wiederholten Male hitzerekordverdächtigen Sommer denken: Das alles bestimmende Thema 2019 war der Klimawandel und seine Auswirkungen auf alle Lebensbereiche. Ist das nur ein medialer Hype, der sich wieder legt? Die harten Fakten und die Erkenntnisse unserer Wissenschaftler zeigen leider eindeutig: Das Thema Klima wird uns auch 2020 begleiten.

Wir bei der Gothaer sind der Überzeugung, dass dauerhafter wirtschaftlicher Erfolg nur noch möglich ist, wenn wir gleichzeitig Verantwortung für Mensch, Natur und Umwelt übernehmen. Ich behaupte sogar: Nur Unternehmen, die Nachhaltigkeit in ihre Geschäftsstrategie einbeziehen, werden für Kunden relevant bleiben. Die Gothaer glaubt fest daran, dass das in Zukunft ein entscheidender Wettbewerbsfaktor für uns sein wird. Warum?

Wir schützen seit 200 Jahren die Werte unserer Kunden

Nachhaltigkeit ist für uns als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit im Grunde Teil unserer DNA. Wir schützen

seit 200 Jahren die Werte unserer Kunden in unserer Gemeinschaft und stellen sicher, dass wir langfristig ein verlässlicher Partner sind. Nachhaltigkeit ist also



Dr. Karsten Eichmann,
Vorstandsvorsitzender
der Gothaer

ein Ansatz, den wir schon lange leben. Aber das reicht uns nicht – und auch die Kunden fordern ein klares und verbindliches Bekenntnis zu Umwelt- und Klimaschutz heute immer stärker von uns ein. Wir wollen deshalb auch hier unser Engagement mit noch mehr Nachdruck und Stringenz deutlich machen. Nachhaltigkeit bedeutet für uns nicht, Gewinne zu erwirtschaften, die dann in Umwelt- und Sozialprojekte fließen, sondern Gewinne bereits umwelt- und sozialverträglich zu erwirtschaften. Was erst einmal einfach klingt, bedeutet nicht weniger als eine Konsequente – und vor allem dauerhafte – Ausrichtung aller Unternehmensaktivitäten nach verbindlichen und transparenten Kriterien.

Für nachhaltiges Wirtschaften – gegen bisheriges „Weiter so“

Wir tun das, zum Beispiel in der Produktentwicklung: Seit Herbst 2019 bieten wir als einer der ersten Versicherer am Markt einen klimaneutralen Kfz-Tarif an. Er bietet Kunden die Möglichkeit, den CO₂-Fußabdruck des eigenen Pkw zu kompensieren. Durch aktive Unterstützung von internationalen Klimaschutzprojekten kann so jeder seine persönliche CO₂-Bilanz verbessern. Zudem ist die Gothaer seit mehr als 20 Jahren der führende Versicherer im Bereich Erneuerbare Energien. In der Kapitalanlage sind wir mit rund einer Milliarde Euro unter den Versicherern in Relation zum Kapitalanlagevolumen auch der größte Investor in diesem Segment.

All das ist gut – aber kein Grund, sich auszuruhen. Umso wichtiger ist es für uns, dass so viele unserer Mitarbeiter und Vertriebspartner dem Thema großes Interesse entgegenbringen und sie sich in zahlreichen Feldern dafür einsetzen, dass unsere Unternehmensaktivitäten nachhaltig ausgestaltet sind. Wichtig ist natürlich auch, dass diese Einstellung beim Kunden ankommt. Denn letztlich ist es natürlich er, der über Erfolg oder Misserfolg eines Unternehmens entscheidet. Die gute Nachricht: Der Kunde hat seine Entscheidung längst getroffen – für nachhaltiges Wirtschaften und gegen das in der Vergangenheit zu oft gehörte „Weiter so“.

Weitere interessante Aspekte finden sie in unserem Schwerpunktthema „Nachhaltigkeit und Green Invest“ auf den Seiten 5 bis 8.

WIE FUNKTIONIERT EIGENTLICH...

„Systems of Engagement“

Intelligente Endgeräte, mobile Applikationen, moderne Datenanalyse und technologie-affine Kunden: Innovative Geschäftsmodelle vereinfachen und beschleunigen Prozesse.

Durch immer mehr Digitalisierung und mobile Vernetzung bietet die heutige Welt völlig neue Möglichkeiten der Wertschöpfung. Die Zauberworte heißen „Systems of Engagement“. Aber was ist das eigentlich genau? Und wie funktioniert es?

Um das zu erklären, lohnt ein Blick auf das bisher vorherrschende Modell. Ein „System of Records“ konzentriert sich auf die Speicherung großer Datenmengen, um diese möglichst effizient verwalten zu können. Die zugrundeliegenden Geschäftsprozesse verlaufen in der Regel linear und unterliegen gänzlich der Kontrolle eines Unternehmens, wie beispielsweise die

Schadensabwicklung einer Versicherung. „Systems of Engagement“ hingegen stellen die Interaktion und Zusammenarbeit mit Menschen in den Vordergrund und ermöglichen das Angebot einer für den Kunden komplett neuen Dienstleistung.

Start-up bindet Kunden in die Abwicklung des Schadens ein

Ein gutes Beispiel: die Lösung Flixcheck des Start-ups Denpark vom Niederrhein. Das Prinzip: Ein Kundenvorgang, zum Beispiel die Abwicklung eines Schadens, wird nicht nur unternehmensseitig abgewickelt, sondern der Kunde interaktiv eingebunden.

Flixcheck verspricht dabei einen direkten Informationsaustausch zwischen Unternehmen und Kunde, wo auch immer er sich gerade befindet.

Und so geht's: Das Versicherungsunternehmen schickt dem Kunden eine individuell zusammengestellte Kommunikation per SMS oder Mail aufs Smartphone und kann somit einen konkreten Fall von ihm bearbeiten lassen. Der Kunde gelangt über einen mitgesandten Link auf die Flixcheck Webanwendung – ganz ohne eine App herunterzuladen. In der Webanwendung beginnt er mit der Beantwortung und übernimmt selbst die Bestandsaufnahme seiner Daten: ein Foto des Schadens oder

der Geburtsurkunde, die Angabe der Bankverbindung und vieles mehr. Innerhalb weniger Minuten entsteht so ein individueller Informationsaustausch aller wichtigen Daten.

Flixcheck bietet Lösungen direkt für den Makler

Übrigens: Ab März werden einige Flixcheck-Lösungen auch bei der Gothaer zum Einsatz kommen. Und auch für den Makler selbst bietet Flixcheck Lösungen an. Bei Interesse stellt die Gothaer gerne den Kontakt her.





Ulrich Neumann leitet den Partnervertrieb der Gothaer.



Ingo Schröder ist Geschäftsführer der maiwerk Finanzpartner und für den Jungmakler-Award 2020 nominiert.

GoNews: Herr Neumann, die Politik sähe gerne mehr Vermittler, die in die Honorarberatung wechseln. Hat das Courtagemodell noch eine Zukunft?

Ulrich Neumann: Ich glaube, dass es anders gar nicht funktioniert. Sehen Sie: Der Grundgedanke von Versicherung ist die Absicherung im Kollektiv. Das lässt sich auch aufs Provisions- oder Courtagemodell übertragen: Letztlich bezahlen wir als Versicherer ja mit der Courtage auch die Beratungen mit, bei denen der Kunde nicht abgeschlossen hat. Dieses Modell funktioniert aber nur so lange, wie der Gesetzgeber nicht zu sehr hineinregiert und das System auskömmlich für die Vermittlerseite bleibt. So vorzugehen ist in unserer Wirtschaft üblich, denn beim Kauf von Autos, Kleidung bis zur Technik reden wir von Bruttopreisen. Wir haben das Gegenbeispiel bereits in der Krankenversicherung gesehen: Der 2012 eingeführte Deckel hat hier erwiesenermaßen zu weniger Beratung und Abschlüssen in der Breite geführt.

GoNews: Herr Schröder, Sie haben sich für den Wechsel in die Honorarberatung entschieden. Warum?

Ingo Schröder: Wir wollten ein Unternehmen mit zukunftsfähigem Geschäftsmodell gründen. Provisionen stehen ja nicht erst seit gestern in der Kritik. Unsere Idee war und ist, diesen Job auch noch in 20 Jahren zu machen, und da passte die provisionsbasierte Beratung nicht ins Bild. Zudem haben uns, als wir noch provisionsorientiert gearbeitet haben, Kunden gespiegelt, dass sie zwar Verträge abgeschlossen haben, weil sie uns vertrauen, aber unsicher seien, ob ihr Vertrag der beste sei – oder der, für den wir am meisten Provision bekommen haben. Wir haben uns daher dafür entschieden, die Kosten völlig transparent zu machen.

GoNews: Machen die Kunden mit? Die Preissensibilität scheint sehr hoch.

Schröder: 85 Prozent unserer Kunden nehmen unseren Honorarvorschlag an, auch wenn es durchaus vorkommt, dass

GOTHAER TRIFFT...

„Beratung hängt nicht von der Vergütung ab“

Die Diskussion um Vergütungsmodelle wird nicht abreißen. Bleibt die Provisionsregelung stark wie bisher? Oder gibt es einen Sinneswandel zur Honorarberatung? Ulrich Neumann, Leiter Partnervertrieb der Gothaer, und Ingo Schröder von den maiwerk Finanzpartnern debattieren.

die Höhe überrascht – oder der Umstand, dass wir überhaupt gegen Honorar arbeiten. Sie sind es nicht gewohnt, Geld für eine Finanzdienstleistung zu zahlen. Das ändert sich meist schnell, wenn wir die Kosten aufzeigen, die sich

GoNews: Es heißt, bei Privatkunden ließen sich gerade Besserverdiener gegen Honorar beraten. Was bedeutet das?

Neumann: Wir denken, dass eine rein honorarbasierte Vergütung in der Fläche schwierig werden dürfte. Der Otto-Normal-Kunde ist nicht unbedingt dazu bereit, für etwas zu zahlen, wovon er im Zweifel meint, es online selbst abschließen zu können. Oder er lässt die Absicherung gleich ganz sein. In Großbritannien kann man diesen Effekt bereits beobachten.

GoNews: Der Gesetzgeber wollte mit der Förderung der Honorarberatung den Verbraucherschutz stärken. Profitiert der Kunde vom neuen Bezahlmodell?

Schröder: Wenn wir wirklich über eine Honorarberatung sprechen, profitiert der Kunde definitiv. Parallel gibt es noch die Honorarvermittlung. Faktisch münze ich meine Provision nur in ein Honorar um. Die Höhe meines Einkommens ist immer noch relativ zur Abschlusshöhe. Mein Interessenskonflikt bleibt bestehen. Bei der Honorarberatung bestehen definitiv weniger Fehlanreize. Der Verbraucher genießt mit der Honorarberatung mehr Schutz, da zum Beispiel überteuerte Produkte vermieden werden.

Neumann: Ich bin nicht sicher, ob das stimmt. Klar gibt es schwarze Schafe, aber auch als Makler ist man gesetzlich

verpflichtet, die für den Kunden bestmögliche Absicherung zu finden. Überteuerte Produkte sollten auch hier herausfallen. Der weit größte Teil unserer Vertriebspartner nimmt diese Verantwortung sehr ernst. Ich bin überzeugt, die Qualität der Beratung hängt am stärksten von der fachlichen Eignung ab, egal ob Berater oder Vermittler.

GoNews: Liefert automatisch Qualität, wer direkt vom Kunden bezahlt wird?

Schröder: Natürlich nicht. Wir haben aber die Erfahrung gemacht, dass der Kunde, wenn er die Kosten transparent sieht, automatisch eine höhere Qualität verlangt. Warum? Weil er sich bewusst für etwas entscheiden muss, das im Zweifel mehrere tausend Euro kostet. Dazu kommt, dass er uns das Geld ja überweisen muss. Damit der Kunde uns den Kostenvoranschlag absegnet, muss ich ihn als Honorarberater mit meiner Arbeit in höchster Qualität überzeugen.

GoNews: Zum Abschluss möchten wir Sie kurz bitten, die Gegenperspektive einzunehmen: Herr Neumann, wo liegen die Stärken der Honorarberatung?

Neumann: Für Besserverdiener mag die Honorarberatung eine Option sein.

Ansonsten hat das Thema in anderen Bereichen nicht nur seine Daseinsberechtigung, sondern funktioniert bereits. Nehmen Sie das Industriegeschäft, auch im Gewerbe wächst das Geschäft mit ausgethandelten Honoraren. Hier spielt ein nicht versicherungssummenabhängiges Vergütungsmodell

natürlich eine wichtige Rolle und verhindert den Unterbietungswettbewerb von Courtage-Vermittlern, wie wir ihn in diesem Bereich früher verstärkt gesehen haben.

GoNews: Herr Schröder, sehen Sie noch Vorteile beim Courtagemodell?

Schröder: Allerdings. Ein Vorteil des Courtagemodells ist die Einfachheit. Die Kosten sind in die Produkte eingearbeitet und so kann ich mich auf den Verkauf fokussieren. Zudem bietet das Courtagemodell jedem die Möglichkeit, eine Beratung zu erhalten, egal ob er für fünf Euro eine Riester-Rente oder für 50 Euro eine Haftpflicht abschließt. Persönlich denke ich, dass sich das Courtagemodell nur für eine Vertriebsstruktur eignet. Bei einer echten Honorarberatung stelle ich mir das schwierig vor.



„Die Qualität der Beratung hängt von der fachlichen Eignung ab.“

Ulrich Neumann,
Leiter Partnervertrieb
der Gothaer

hinter der normalen, vermeintlich kostenfreien Beratung verbergen. Wir haben aber tatsächlich auch Kunden, die die Kosten lieber nicht sehen wollen und einen Provisionsvertrag wählen.



„Provisionen stehen ja nicht erst seit gestern in der Kritik.“

Ingo Schröder,
Geschäftsführer der
maiwerk Finanzpartner



Debatte

A U S B L I C K

Wortmonster und Matching: Was sich in 2020 ändert

Die Zukunft bringt auch für Versicherungsvermittler einige einschneidende Änderungen. Die GoNews liefern dazu den Überblick: Welche neuen Gesetze betreffen die Branche? Welche Themen spielen in den kommenden zwölf Monaten eine Rolle? Worauf sollten sich Makler einstellen?



Eines ist sicher: Das neue Jahr wird turbulent für die Versicherungs- und Finanzdienstleistungs-Branche; auch wenn gerade keine Bundestagswahl ansteht. Einschneidende gesetzliche Neuerungen wurden beschlossen oder stehen bevor, der Markt ändert sich und erfordert entsprechende Anpassungen. Was also bringt 2020?

Neue Verordnung: FinVermV – das Wortmonster

Nun ist sie da, die Verordnung mit dem schier unaussprechlichen Namen: Finanzanlagenvermittlungsverordnung, besser bekannt in der Abkürzung FinVermV. Wobei: Die Verkündung der Verordnung ist nicht gleich mit dem Inkrafttreten des Rechtsaktes. Im Bundesgesetzblatt ist die FinVermV seit dem 21. Oktober 2019 zu finden, gültig ist sie – dank einer sinnvollen Übergangsphase – erst am 1. August 2020. Im Grunde orientiert sich die FinVermV an den Regeln für BaFin-regulierte Vermittler, ist aber in deren Auslegung sanfter. Wichtigster Inhalt der FinVermV ist die Notwendigkeit, Telefongespräche, Video-Chats oder Online-Kommunikation mit Kunden aufzunehmen und zehn Jahre zu archivieren. Die Pflicht gilt für Finanzanlagevermittler mit Erlaubnis nach § 34f GewO und Honorar-Finanzanlagenberater mit Erlaubnis nach § 34f GewO und wird auch „Taping“ genannt. Damit folgt die Branche Banken und Sparkassen, die seit Anfang 2018 auf diese Weise verfahren müssen. Erfreulich ist, dass die Daten nicht im Büro aufbewahrt werden müssen. Damit sind Cloudlösungen für die Archivierung sinnvoll. Von der FinVermV wird das Vergütungssystem auf Provisionsbasis nicht angetastet, was diskutiert wurde.

LVRG II – sind jetzt die Provisionen in Gefahr?

Ein ähnliches Wortmonster wie die erstgenannte Verordnung ist das Lebensversicherungsreformgesetz II, kurz LVRG.

Das Gesetz soll zwar erst 2021 in Kraft treten, aber es ist ratsam, sich rechtzeitig damit zu beschäftigen. Ziel des bisherigen Entwurfs ist, die Abschlusskosten in der Lebens- und Restschuldversicherung zu senken, Fehlanreize bei der Vermittlung solcher Versicherung zu vermeiden und die Restschuldversicherung zu regulieren. Nach Ansicht des Bundesfinanzministeriums ist dies mit dem ersten LVRG-Gesetz noch nicht gelungen – obwohl die Abschluss- und Vertriebskosten um rund fünf Prozent sanken. Diskutiert wird zudem über einen Provisionsdeckel in der Lebensversicherung. Angesichts des Streits zwischen den Regierungsfractionen ist aber nicht absehbar, ob die Begrenzung der Provisionsvergütung Realität wird. Falls sich die SPD mit ihrem Vorhaben durchsetzt, muss sich ein Großteil der Vermittler auf einen Rückgang der Provisionseinnahmen einstellen. Besonders Einzelmakler wären betroffen, weshalb sich der Konsolidierungstrend in dieser Vertriebsform beschleunigen dürfte.

Kampf um Kundenkontakte – wo gibt es den besten Service?

Topf sucht Deckel: Ähnlich wie beim Aufräumen in der Küche suchen auch im Versicherungsmarkt zwei Partner ihre Nähe. Mit dem Unterschied, dass in der Assekuranz infolge einer fortschreitenden Digitalisierung großflächig Transparenz hergestellt ist. Mit ein paar Klicks findet man den günstigsten Anbieter mit dem vermeintlich besten Service. Denn Informations- und Vergleichsplattformen boomen, der Matchingprozess wird immer genauer. Studien belegen den Trend, dass immer mehr Kunden bereit sind, Versicherungspolice online abzuschließen – und zwar unabhängig vom Alter. Mittlerweile prüft jeder zweite Kunde den Online-Abschluss. Geht es also dem personengebundenen Vertrieb an den Kragen? Einerseits kann es die Branche beruhigen, dass derzeit noch mehr als 80 Prozent der Abschlüsse über

Versicherungsvermittler und -makler laufen. Das gilt vor allem für langfristig angelegte Versicherungen. Andererseits dürfte das Internet weiter am personengebundenen Markt der Versicherungsvermittler nagen. Wie sich also behaupten? Unisono belegen mehrere Studien, dass Beratung und Serviceleistungen die relevantesten Kriterien für Versicherungsnehmer bei der Maklerwahl sind. Dazu gehören die individuelle Beratung, umfangreiche Risiko- und Bedarfsanalysen und klare Produktempfehlungen. In der Kategorie Service sind schnelle Schadensabwicklung, persönliche Verfügbarkeit des Maklers im Schadensfall sowie Präventionsberatung relevant.

Fachkräftemangel – der Wettstreit um Talente

Geht es um das Personal, sind ebenfalls neue Strategien notwendig. Die Suche nach geeigneten Fachkräften dürfte in den kommenden Jahren noch komplizierter werden. Das Prognos-Institut rechnet bis zum Jahr 2030 mit bis zu drei Millionen fehlenden Fachkräften in allen Branchen. Die Krux für die Assekuranz: Die Branche hat unter Jungakademikern nicht den allerbesten Ruf. Umso wichtiger, dass Makler den Umgang mit den neuen Technologien aus dem Effeff beherrschen, um die besten Talente in den jungen Generationen zu finden. Dazu gehört es, die Website mit einem Blog, mit einem Messenger-Chat und Social-Media-Icons auszustatten. Auf LinkedIn, Xing und Co. sollten Makler wie selbstverständlich regelmäßig und schnell die wichtigsten News transportieren. Vor allem, wer sich auf Social-Media-Kanälen mutig und kreativ vom Mainstream abhebt, bekommt Aufmerksamkeit – eine der wichtigsten Währungen im Internet. Ist der Versicherungsmakler erst einmal im persönlichen Gespräch mit dem Interessierten, hat der Arbeitgeber durch sein Verkäufertalent die besten Chancen, zu einem positiven Bewerbungsabschluss zu kommen.



Der Produkt-Check

Durch das Projekt „Optimierung bAV“ ist die betriebliche Altersvorsorge der Gothaer jetzt noch besser. Was ist neu?

Die Beratung und der Vertrieb der Gothaer betrieblichen Altersvorsorge wird jetzt noch einfacher, denn das Produkt wurde im Zuge des Projekts „Optimierung bAV“ weiter verbessert. So sind ab sofort zwei neue Online-Funktionen live: Makler können nun ganz bequem auf

gothaer.de unter „Meine Gothaer“ sogenannte entgeltfreie Beschäftigungszeiten wie Mutterschutz sowie die Rückkehr nach einer solchen Zeit melden – online und ohne Unterschrift. Das spart Zeit und Papier und hilft der Lohnbuchhaltung zudem auch noch bei der Bearbeitung.



Fünf weitere Verbesserungen*

- bAV-Vorteilsrechner mit Schnellberechnung: Stellen Sie ab sofort mit nur wenigen Klicks und Eingaben die Vorteile einer bAV dar.
- Auf einen Blick: Gegenüberstellung der Werte aus dem bAV-Vorteilsrechner und der Tariffberechnung.
- Hinweis auf Sozialversicherungsfreiheit bei kleinen Renten.
- Die Zusatzbeiträge zur gesetzlichen Krankenversicherung werden durch die Auswahl der Krankenkasse automatisch ermittelt.
- Ein Arbeitgeberzuschuss ist ab sofort immer mit 15 Prozent im Vorteilsrechner vorbelegt und kann dann jeweils individuell angepasst werden.

*Gilt nur, wenn online über das Maklerportal gerechnet wurde.

Wie Kunden mit der Gothaer bAV sparen

Die beitragsorientierte Leistungszulage der Gothaer Direktversicherung GarantieRente Performance wird vom Staat gefördert. Hier ein Rechenbeispiel:

BruttoBeitrag	200,85 EUR
Zahlweise	monatlich
Die Beitragszahlung endet am	01.10.2036



Bruttoeinkommen	3.500,00 EUR
Beitrag	200,85 EUR
Steuerersparnis	50,01 EUR
Sozialversicherungersparnis	34,64 EUR
Arbeitgeberzuschuss	26,20 EUR
VL-Umwandlung	40,00 EUR
Nettoaufwand	50,00 EUR
Gesamtersparnis	150,85 EUR

Vergleich: Auswirkung von Steuern und Abgaben auf die Rente – mit und ohne bAV

	ohne bAV	mit bAV
gesetzliche Rente brutto mtl	1.111,00 EUR	1.091,00 EUR
+ mögliche Leistung aus der bAV		114,87 EUR
= Gesamtbrutto	1.111,00 EUR	1.205,87 EUR
Steuern	25,25 EUR	42,75 EUR
Krankenversicherung	86,10 EUR	84,55 EUR
Pflegeversicherung	36,66 EUR	36,00 EUR
= Auszahlungsbetrag netto	962,99 EUR	1.042,57 EUR
Rentenplus		79,58 EUR

Auf die Rente aus der bAV werden keine Krankenversicherungsbeiträge erhoben, da sie kleiner als 159,25 Euro ist.



DIGITALISIERUNG

Megatrend Nachhaltigkeit: Eintagsfliege oder Dauerbrenner?

Megatrends sind tiefgreifende Entwicklungen, die unsere Welt verändern. Für die Wirtschaft werden dabei die sogenannten ESG-Faktoren wichtiger: Umwelt (Environmental), Soziales (Social) und Unternehmensführung (Governance). Wie können Unternehmen nachhaltig(er) werden und dabei erfolgreich bleiben?

Erst vor ein paar Wochen wurde eines der Kernprobleme aller Bemühungen um Nachhaltigkeit wieder einmal deutlich sichtbar: Nicht jeder versteht unter dem Begriff das Gleiche – auch wenn man das diesseits des Atlantiks gerne glauben möchte. Es war Ende November, als die Firma Tesla – immerhin Inbegriff der ökologischen Neuausrichtung von Mobilität schlechthin – in Los Angeles ihren neuesten Wurf präsentierte: einen vollelektronischen Pickup-Truck. Nun spricht allerdings

wenig dafür, dass in ein paar Jahren Konvois des Tesla Cybertrucks am Prenzlauer Berg zu sehen sein werden. Denn der Koloss dürfte mehr als drei Tonnen wiegen, seine Karosserie besteht aus drei Millimeter starkem Edelstahl – und von den Beschleunigungswerten des Stromfressers können Porschefahrer derzeit nur träumen. „Nachhaltigkeit“ sieht für die meisten Europäer anders aus. Für all diejenigen, die auch auf dem alten Kontinent in Tesla den Heilsbringer in Sachen grüner Mobilität sehen, muss die Präsentation ein herber Rückschlag gewesen sein.

Drohender Klimawandel, steigende Weltbevölkerung und zunehmende globale Unsicherheit: Die

nachhaltige Ausrichtung der Wirtschaft findet in weiten Teilen der Bevölkerung immer mehr Zustimmung. Aber was heißt denn nun „nachhaltig“? Neben dem sozialen Aspekt, der in den vergangenen Jahren die Debatte prägte, ist seit 2018 – Greta Thunberg sei Dank – der Umweltaspekt wieder deutlich in den Fokus gerückt. Immer mehr Menschen wird klar, dass ein „Weiter so“ vor dem Hintergrund des Klimawandels einfach nicht mehr funktioniert – und sie etwas tun müssen.

Kunden fragen verstärkt nachhaltige Produkte nach

Vor allem aber, dass sie etwas tun können. Denn der Verbraucher kann durchaus Einfluss auf Unternehmen nehmen, indem er sich für oder gegen ein bestimmtes Produkt entscheidet. Was zunächst banal klingt, ist in einigen Branchen bereits deutlich spürbar. Die Kunden – vor allem die jungen – fragen verstärkt nachhaltige Produkte nach und interessieren sich zudem dafür, ob und inwieweit sich ein Unternehmen insgesamt nachhaltig verhält. So wie es die deutsche Automobilindustrie inzwischen verstanden hat, dass sie sich dem Thema „Aus des Verbrennermotors“ nicht mehr entziehen kann, spüren auch Supermärkte und Lebensmittelproduzenten einen klaren Trend Richtung nachhaltiger Produkte. Immer mehr Verbraucher erwarten regional hergestellte Waren, bei denen auf den Einsatz umwelt- und letztlich auch

gesundheitsschädlicher Stoffe verzichtet wird. Besonders deutlich wird der Sinneswandel bisher in der Energiewirtschaft: Noch vor zehn Jahren waren Anbieter von Ökostrom Exoten am Markt, heute kommt eigentlich kein einziger Stromhersteller mehr ohne einen Tarif aus, der in Teilen oder ausschließlich auf Erneuerbare Energien setzt. Interessant hierbei: In Sachen Elektrizität muss „Öko“ längst nicht mehr gleichzeitig „teuer“ heißen. Wer über die gängigen Vergleichsportale nach einem neuen Anbieter sucht, merkt schnell,

dass es sich nicht mehr lohnt, bei den Suchkriterien das Häkchen für Ökostrom wegzulassen.

Wie nachhaltig ist die Versicherungswirtschaft?

Ob Bio-Lebensmittel, Öko-Strom und Elektro-Auto: Es gibt also viele Lebensbereiche, in denen sich Menschen bereits für einen nachhaltigen Lebensstil entscheiden können und das auch tun. Doch wie sieht es eigentlich in der Assekuranz aus? Das Thema ➔



Die Wirtschaft wird nachhaltiger – und findet damit immer mehr Zustimmung.

Das sind die ESG-Kriterien

ESG – das steht für Environmental, Social und Governance, also in etwa: Umwelt, Soziales und eine umsichtige Unternehmensführung. Konkret verstehen Unternehmen darunter meist Folgendes:

ENVIRONMENTAL

- Investitionen in erneuerbare Energien
- effizienter Umgang mit Energie und Rohstoffen
- umweltverträgliche Produktion
- geringe Emissionen in Luft und Wasser
- umfassende Klimawandel-Strategien

SOCIAL

- Einhaltung zentraler Arbeitsrechte, zum Beispiel Nicht-diskriminierungs-Gebot
- hohe Standards bei Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- faire Bedingungen am Arbeitsplatz
- Versammlungs- und Gewerkschaftsfreiheit

GOVERNANCE

- transparente Maßnahmen zur Verhinderung von Korruption und Bestechung
- Verankerung eines Nachhaltigkeitsmanagements (auf Vorstandsebene)



Die Welt in der Hand: Viele Menschen sind sich der Verantwortung für den Planeten bewusst.

zudem ein wachsendes Bewusstsein für solche Angebote wahr und gibt an, dass er sich schon mit Nachhaltigkeit im eigenen Maklerbüro befasst habe, gut drei Viertel dabei im ökologischen Bereich. Genauso viele Vermittler haben die Nachhaltigkeit in Beratungsgesprächen thematisiert, entweder weil entsprechende Angebote vorgehalten werden oder weil Kunden danach fragten.

Darüber hinaus gelangt die Branche verstärkt zur Überzeugung, dass die Versicherer sich im Gesamten nachhaltig entwickeln und nicht nur auf einzelne grüne Produkte für eine Öko-Nische setzen. Die ganzheitliche Ausrichtung könnte zum Beispiel ein transparenter, barrierefreier und verbraucherfreundlicher Nachhaltigkeitsbericht erfassen, der neben den ESG-Kapitalanlagen auch über die CO₂-Bilanz, über Ökostrom, Mobilität, Gleichbehandlung etc. Rechenschaft ablegt und den Fortschrittsprozess einer nachhaltigen Entwicklung beschreibt. Bisher setzt die Branche auf eine freiwillige Verbreitung von Nachhaltigkeitskonzepten. Doch künftig soll ein Brüsseler Aktionsplan Europas Versicherer auf diesen Weg zwingen. Fürs Frühjahr wird erwartet, dass die internationale Aufsichtsbehörde Eiopa darlegen wird, welche Risiken nachhaltige Investments bergen. Zudem könnte die Vertriebsrichtlinie IDD ergänzt werden, sodass Vermittler den Nachhaltigkeitswunsch ihrer Kunden abfragen müssen. Die Branche tut also gut daran, sich des Themas bereits heute und freiwillig anzunehmen.

→ Nachhaltigkeit gewinnt natürlich auch für die Versicherungsbranche an Bedeutung. Gut so, denn: Mit einem Kapitalanlagebestand von rund 1,6 Billionen Euro gehört die Assekuranz zu den größten institutionellen Investoren in Deutschland. Bisher interpretierten die meisten Häuser Nachhaltigkeit aber eher als wirtschaftliche Stabilität und sichere Renditeperspektive. Auch fast neun von zehn im Rahmen der Asscompact Trend-Studie befragte Makler und Mehrfachvertreter verstehen unter Nachhaltigkeit „langfristige finanzielle Stabilität des Versicherers“ und nahezu ebenso viele die „dauerhafte Erfüllung der Versicherungsverträge“. Um ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden – und auch,

um die neuen Kundenwünsche zu bedienen – richten aber immer mehr Gesellschaften ihre Kapitalanlagen auch im Sinne des Klimaschutzes aus.

Jeder zweite Makler befasst sich mit Nachhaltigkeit

Die Faktoren Soziales und vor allem die Frage nach der Ökologie rückt also auch in der Assekuranz in den Vordergrund. So wird der Trend, sich mit nachhaltigen Produkten zu befassen, ebenfalls von Vermittlern deutlich wahrgenommen. Laut Asscompact Trend-Studie finden gut zwei Drittel, dass nachhaltige Angebote ein positives Image aufweisen und auf jeden Fall forciert werden sollten. Rund jeder Zweite nimmt

Saubere Produkte und Klimaneutralität: So lebt die Gothaer Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist vor allem in ökonomischer Hinsicht ein existenzieller Bestandteil eines Versicherungsvereins auf Gegenseitigkeit wie es die Gothaer ist. Um die Frage nach einer umweltbewussten und sozialen Orientierung zu verankern, schafft das Unternehmen in diesem Jahr den neuen Bereich Nachhaltigkeitsmanagement, der sich ausschließlich mit dieser Thematik befassen wird.

Warum jetzt? „Die Zeit ist einfach reif, immer mehr Menschen wird klar, dass wir handeln müssen“, sagt Thomas Barann, der den neugeschaffenen Bereich leitet. Der Umweltschutz bekomme in der Bevölkerung auch einen immer höheren Stellenwert. „Das betrifft nicht nur den Kunden da draußen,

der mit seinen Interessen wahrgenommen und entsprechend bedient werden muss. Sondern auch immer mehr Mitarbeiter.“

Neben nachhaltigen Produkten bei der SBU Invest und der Dread Disease Police Perikon (Seite 7) und einer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Kapitalanlage (Seite 7) will die Gothaer deshalb weitere Schwerpunkte setzen. Ziel dabei ist es, den Konzern klimaneutral werden zu lassen. Dazu wird zunächst eine Klimabilanz für das Unternehmen erstellt und dann das CO₂-Einsparpotenzial einzelner Bereiche identifiziert. Zusammengefasst: Die Gothaer hat sich in Sachen Nachhaltigkeit fürs Jubiläumsjahr 2020 einiges vorgenommen – und auch darüber hinaus.



Damit Pinguine eine Zukunft haben – auch die Gothaer lebt Nachhaltigkeit.



Grüne Flächen – mitten in den Innenstädten. Auch bei der Stadtentwicklung spielt das Thema Nachhaltigkeit eine große Rolle.

INTERVIEW

„Das grüne Geschäftsmodell hat die längere Lebenserwartung“

Interview zur Ausrichtung der Gothaer Kapitalanlage nach ESG-Regeln mit Christof Kessler, Sprecher des Vorstands der Gothaer Asset Management AG.

GoNews: Fridays for Future, Greta Thunberg und das Klimaschutzpaket des Bundes: Das Thema Nachhaltigkeit und „Grüne Investments“ ist derzeit wieder en vogue. Nur eine Eintagsfliege?

Christof Kessler: Nein, das glaube ich auf keinen Fall. Das Thema „Grüne Investments“ bleibt – muss aber leider auch noch definiert werden. Klar ist, dass der Kunde grüne Investmentmöglichkeiten immer mehr einfordert. Dabei will er natürlich wissen, was drin ist in seinem Investment und dass mit seinem Geld etwas gestaltet wird, das „grün“ und nachhaltig ist. Letztlich warten wir hier auf eine Taxonomie aus Brüssel, die dem Kunden signalisiert: Das ist grün. Leider mahlen die EU-Mühlen bekannterweise langsam.

GoNews: Worin liegen die Stärken von „Grünen Investments“? Bei der Kapitalanlage kann man ja nicht nur auf Popularität setzen.

Kessler: Die Frage ist letztlich auch, ob eine grüne Anlage auf lange Sicht sicherer ist. Eine Stärke des grünen Geschäftsmodells ist tatsächlich, dass – wenn man zum Beispiel in einen Energieanbieter investiert, der ausschließlich grün produziert – davon auszugehen ist, dass dieser Anbieter auch die bessere Perspektive hat, mit seinem Geschäftsmodell in zwanzig oder dreißig Jahren noch erfolgreich zu sein. Das „braune Geschäftsmodell“ – hier also die Energieproduktion aus nichtregenerativen Quellen – hat hingegen häufig keine Zukunft.

GoNews: Beim Kunden kommt das Thema jedenfalls gut an. Spüren Sie bereits eine stärkere Nachfrage nach nachhaltigen Anlagemöglichkeiten?



„Die Nachfrage beim Kunden und bei den Vermittlern ist längst da.“
Christof Kessler

Kessler: Auf jeden Fall. Ein Problem liegt aber einfach in der noch fehlenden Taxonomie. Ein Beispiel: Die GoAM sucht einen Fonds aus, den wir als gut und auch als grün einstufen. Wir können dann übrigens sehr genau erklären, warum wir zu diesem Ergebnis gekommen sind. Aber später gibt es in der Taxonomie aus Brüssel eine Definition, die dazu führt, dass der Fonds – salopp gesprochen – nicht den grünen Punkt erhält. Diese Gemengelage führt dazu, dass wir langsam werden. Solange man in Brüssel also nicht weiß, wie der Stempel aussehen wird, der auf einen grünen Fonds gedrückt wird, tun wir uns schwer, einen Fonds für unsere

fondsgebundene Lebensversicherung auszusuchen, der auch in einem Jahr noch als grüner Fonds gilt. Besonders ärgerlich: Die Nachfrage beim Kunden und auch bei den Vermittlern ist ja längst da. Wir würden da gerne mehr Tempo machen.

GoNews: Seit mehr als 20 Jahren ist die Gothaer führend in der Absicherung von Anlagen zur Erzeugung von Erneuerbaren Energien. Was ist für die Zukunft geplant?

Kessler: Die Gothaer ist tatsächlich mit über einer Milliarde Euro in Erneuerbaren Energien investiert – und damit führend in der Versicherungsbranche. Wir haben hier über 12.000 Anlagen versichert. Wir werden unser Engagement in Wind-, Solar- und Wasserenergie auch noch weiter ausbauen – sowohl in der Anlage als auch als Versicherer. Als Anleger profitieren wir natürlich von dem immensen Know-how der Ingenieure der Gothaer Allgemeinen, die uns hervorragend bei der Einschätzung der Qualität von Anlagen unterstützen können.

GoNews: Welche Trends sehen Sie sonst noch bei den grünen Investments?

Kessler: Auch ein Investment in ein besonders energieeffizientes Gebäude kann eine grüne Anlage sein, die riesiges Potenzial besitzt. In Stuttgart wird zum Beispiel derzeit ein Energie-Plus-Haus errichtet, das also mehr Energie produziert als es selbst verbraucht. Auf der Immobilienseite passiert also auch sehr viel, das für Privatanleger eine sinnstiftende, sichere und ertragreiche Anlage bedeuten kann.



Fahrrad statt Auto: Auch bei Investments achten Anleger auf Nachhaltigkeit.

Der Produkt-Check

Neu im Köcher: Nachhaltige Biometrie bei SBU Invest und Dread Disease Police Perikon.

Das Angebot von ESG-Investments wird Anlegern immer wichtiger. Insgesamt 73 Prozent der deutschen Anleger geben an, dass ihnen Aspekte der Nachhaltigkeit wichtig seien. Und auch im Bereich der Versicherungsprodukte wird die Nachfrage immer größer. Umso besser, wenn man hier etwas Neues im Köcher hat – wie die Grüne Biometrie der Gothaer.

Als erster Versicherer überhaupt am Markt bietet die Gothaer Lebensversicherung ihren unabhängigen Vertriebspartnern nun die Möglichkeit, Lösungen der Biometrie nachhaltig

anzubieten: Denn mit der SBU Invest und der Dread Disease Police Perikon hat die Gothaer zwei Produkte im Portfolio, die rein fondsbasiert angeboten werden – und somit komplett auf nachhaltige Investments bauen können.

Mit dem Basket Nachhaltigkeit lässt sich durch den Kunden ein etablierter und ökologischer Aktienfonds auswählen und somit die Absicherung komplett nachhaltig abbilden. Die Gothaer bietet also den Versicherungsmantel mit allen damit verbundenen Vorteilen, während die Beitragskalkulation ausschließlich über den Fonds läuft.



Fünf Argumente für das Produkt

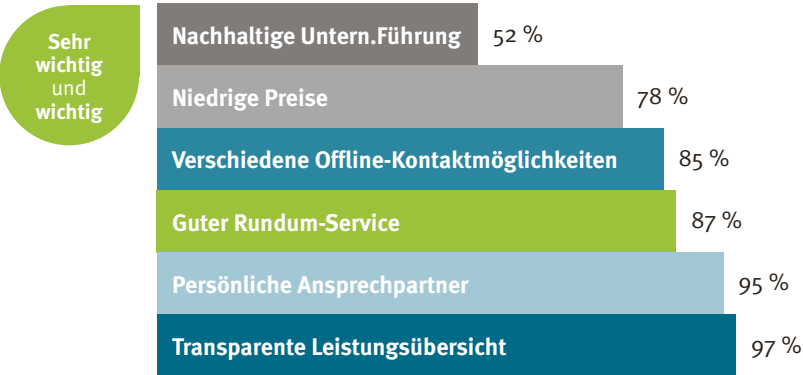
- Nachversicherungsoption: dreimal in den ersten 15 Jahren ohne Anlass und Gesundheitsprüfung möglich
- Grundfähigkeitskomponente für sofortige Anerkennung
- Anlassbezogen zusätzliche Nachversicherungsoptionen
- Lebenslange Pflögerente inklusive (vor 45)
- Gelbe Schein Regelung

Perikon Highlights

- Über 50 Krankheiten versicherbar
- Modularer Baukasten: BU / RLV / CI
- Beitragsfreie Kindermitversicherung
- Arbeitgeberfinanzierte Variante zur Key-Man-Absicherung möglich

Wichtigste Kriterien bei der Auswahl eines Versicherers

Das Marktforschungsinstitut forsa wollte im Auftrag der Gothaer wissen: Was ist Kunden beim Abschluss einer Versicherung wichtig? Das sind die Ergebnisse.



Green Invest – wie man mit sauberer Anlage Geld verdienen kann

Die Gothaer kommt ihrer Pflicht gegenüber der Gesellschaft zur Nachhaltigkeit auch in der Kapitalanlage nach – nicht nur wegen gesetzlicher Vorgaben, sondern auch, weil der Kunde grüne Investments verstärkt nachfragt. Und vor allem, weil die Gothaer von der Richtigkeit und Bedeutung nachhaltigen Investierens überzeugt ist. Seit Jahren ist sie einer der größten Investoren im Segment Erneuerbarer Energien. Aktuell finanziert sie zahlreiche Solar-, Wasser-, On- und Offshore-Windkraftanlagen in einem Volumen von rund einer Milliarde Euro.

Doch was bedeutet „Grünes Investieren“ konkret? Und wie funktioniert es?

Seit 2018 berücksichtigt die Gothaer im Rahmen der Kapitalanlage auch verstärkt ökologische und soziale Aspekte sowie Kriterien

der Unternehmensführung in ihren Anlageentscheidungen. Zu diesem Zweck wurde ein Nachhaltigkeitskonzept für die Kapitalanlage entwickelt, das seit 2019 angewendet wird. Das Nachhaltigkeitskonzept beruht auf einem ganzheitlichen Ansatz, der sich auf Umwelt, Soziales und Unternehmensführung zugleich konzentriert und Risiken der Kapitalanlage reduzieren soll, um das Leistungsversprechen gegenüber Kunden zu stärken.

Als Fundament des nachhaltigen Investierens dienen geschäftsfeldbasierte Ausschlusskriterien. Im Klartext bedeutet das, dass die Gothaer bei Neuinvestitionen auf Anlagen in Unternehmen verzichtet, deren Geschäft etwa auf Waffenproduktion und -handel oder die Verstromung nicht-erneuerbarer Energieträger wie Kohle basiert. Zudem werden Unternehmen

ausgeschlossen, die gegen internationale Normen verstoßen, wie sie vor allem von den Vereinten Nationen vorgegeben werden. Dazu gehören etwa der United Nations Global Compact als weltweit größte und wichtigste Initiative für verantwortungsvolle Unternehmensführung oder die International Labor Organization Conventions zur Einhaltung internationaler Arbeits- und Sozialstandards.

Von den Ausschlusskriterien betroffene Altbestände werden in einer Übergangsfrist von drei Jahren sukzessive abgebaut. Zudem wird das Nachhaltigkeitskonzept der Gothaer schrittweise weiterentwickelt und um neue Strategien ergänzt werden. Denn eines ist klar: Nachhaltiges Investieren ist kein kurzlebiger Trend, sondern eine dauerhafte Neuausrichtung der Gothaer Kapitalanlage.



Monika Griefahn ist vielfältig ehrenamtlich engagiert, unter anderem als Vorsitzende des Vereins Cradle to Cradle e.V.

Zur Person

Dr. Monika Griefahn (65) saß elf Jahre im Deutschen Bundestag, war niedersächsische Umweltministerin und Mitgründerin von Greenpeace Deutschland. Heute unterstützt sie mit ihrem Institut für Medien Umwelt Kultur Unternehmen beim Thema Nachhaltigkeit.

„Müll ist ein Konzept, das wirklich dumm ist“

Wer das Thema Nachhaltigkeit vernachlässigt, setzt seine Zukunft aufs Spiel, sagt Dr. Monika Griefahn. Im Interview spricht die Unternehmerin und Bundestagsabgeordnete a. D. über die richtige Herangehensweise, innovative Geschäftsmodelle und das Prinzip Cradle to Cradle.

GoNews: Frau Griefahn, wir wollen über Nachhaltigkeit sprechen. Wer wissen will, was das ist, findet unzählige Erklärungen. Fangen wir also ganz einfach an: Was bedeutet für Sie Nachhaltigkeit?

Dr. Monika Griefahn: Nachhaltigkeit im klassischen Sinne bedeutet, Ökonomie, Ökologie und Soziales in Einklang zu bringen. Also umweltbewusst zu handeln, etwas für die Gesellschaft zu tun und dabei trotzdem auch wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Aber ich mag diesen Begriff überhaupt nicht.

GoNews: Wieso das?

Griefahn: Weil er für mich dafür steht, das Bestehende bestehen zu lassen – das ist innovationsfeindlich. Wir aber leben von Innovationen, definieren uns als Nützlinge, wollen gestalten und kreativ sein. Wir wollen einen positiven Fußabdruck hinterlassen – nicht einen weniger schlechten. Wenn wir nur nachhaltig denken, bringt uns das nicht voran.

GoNews: Das heißt: Wer nachhaltig erfolgreich sein will, muss innovativ sein?

Griefahn: Die innovativsten Unternehmen sind die erfolgreichsten. Nehmen Sie das Beispiel Schlecker. Die haben jahrelang dieselben Produkte verkauft, das war irgendwann überhaupt nicht mehr innovativ – und man sieht, was herausgekommen ist. Der Konkurrent dm dagegen hat sich entwickelt, hat früh auf Bio-Produkte und Reformkost gesetzt, ist besser mit den Mitarbeitern umgegangen, hat ausgebildet – und ist damit auch heute noch erfolgreich.

GoNews: Also kommen Unternehmen um Nachhaltigkeit nicht mehr herum?

Griefahn: So ist es. Auf der einen Seite sind es Innovationen, auf der anderen auch die Menschen, die eine Rolle spielen. Geldgeber, Mitarbeiter und Kunden wollen, dass Unternehmen auf

Nachhaltigkeit setzen. 70 Prozent der Berufsanfänger legen bei ihrem Arbeitgeber wert darauf. Wer das Thema vernachlässigt, setzt die Zukunft aufs Spiel.

GoNews: Um sein Geschäft nachhaltig zu gestalten, braucht es sicherlich eine Strategie. Wie sieht diese aus?



„Wir wollen einen positiven Fußabdruck hinterlassen – nicht einen weniger schlechten.“

Monika Griefahn

Griefahn: Im Mittelpunkt steht die Frage: Was nützt dem Menschen, der Erde und der Gesellschaft – nicht nur einem davon. Recyclingpapier etwa ist umweltfreundlich, sah aber am Anfang nicht gut aus und man konnte es nicht richtig bedrucken. Also wurde es entwickelt. Wir gehen noch einen Schritt weiter und sagen: Die Farben, die auf das Papier gedruckt werden, müssen ökologisch abbaubar sein. Dann wird das Papier Kompost – und wieder zu Erde.

GoNews: Womit wir beim Prinzip der Wiederverwertung wären – Cradle to Cradle. Was hat es damit auf sich?

Griefahn: Cradle to Cradle heißt, dass Design und Materialien von Produkten so konzipiert und gewählt werden, dass sie später wieder zu Nährstoffen werden – entweder für die Biosphäre, also dass man sie kompostieren oder verbrennen kann, oder für die Technosphäre, sprich, dass sie als Materialien wieder zum Einsatz kommen. Es gibt also keinen Müll mehr. Müll ist ein Konzept, was wirklich dumm ist, die Natur kennt keinen Müll. Es heißt immer, es gibt zu viele Menschen – völliger Blödsinn. Ameisen sind von der Biomasse viermal so viele, aber produzieren keinen Müll, weil alles, was sie verbrauchen, zu Erde wird. Wir dagegen haben zum Beispiel einen Verschleiß an Handys. Ein Produkt, aus dem nur neun von mehr als 40 Komponenten wiederverwertet werden. Das ist doch Irrsinn.

GoNews: Wie können Unternehmen dieses Modell übernehmen?

Griefahn: Sie müssen ihr Geschäftsmodell hinterfragen. Der Waschmaschinenhersteller verkauft Waschmaschinen, die genutzt und am Ende entsorgt werden. Wie wäre es, wenn er stattdessen 3.000 Waschgänge verkauft? Er liefert das Gerät, der Kunde nutzt es und dann wird es entweder aufgerüstet – schließlich entwickelt sich Technik weiter – oder auseinandergebaut und die Teile wiederverwertet. Dafür muss die Waschmaschine aber von vornherein so geplant und gebaut werden. Dieses Modell ist übrigens auch interessant für Versicherungen.

GoNews: Inwiefern?

Griefahn: Wer so ein Modell einführen will, braucht Partner – und eine Versicherung wäre ein idealer Partner. Beim Beispiel der Waschmaschine könnte sie mit dem Hersteller ein Produkt anbieten, das dem Kunden 3.000 Waschgänge garantiert. Darüber hinaus könnte sie etwa

das in der Maschine verbaute Kupfer als Anlage halten, es dem Hersteller gegen eine Gebühr ausleihen, und hätte es hinterher sogar wieder zur Verfügung.

GoNews: Ihre Firma berät Unternehmen bei Nachhaltigkeit. Wie gehen Sie vor?

Griefahn: Nachhaltigkeit ist Chefsache und der Chef Vorbild für die Mitarbeiter. Also ist es das wichtigste, dass die Firma vom Kopf Interesse am Thema hat. Dann müssen wir ans Geschäftsmodell



„Es heißt, es gibt zu viele Menschen – völliger Blödsinn. Wir produzieren nur zu viel Müll.“

Monika Griefahn

ran. Bei Aida waren das zum Beispiel die Schiffe: Was können wir daran besser machen? Es bringt nichts, das ganze Jahr über sein Geschäft zu machen und im Dezember einen Wohltätigkeitsbasar zu veranstalten. Das wäre Green-Washing.

GoNews: Gutes Stichwort. Woran erkennt man Unternehmen, die es wirklich ernst meinen mit der Nachhaltigkeit?

Griefahn: Wenn ein Unternehmen etwa mit einem Nachhaltigkeitsbericht glänzt,

ist das nichts Besonderes; dafür gibt es eine regelrechte Industrie. Wer aber sein Kerngeschäft, sein Produkt, ändert oder seine Infrastruktur umbaut, in dem er etwa auf Ökostrom setzt oder auf Plastik verzichtet, der meint es sicher ernst.

GoNews: Wo stehen wir in Deutschland?

Griefahn: Wir tun oft so, als wären wir Vorreiter, dabei haben wir viele Innovationen verpasst. Das sieht man bei E-Mobilität oder am Beispiel Cradle to Cradle. Im niederländischen Venlo wurde ein Rathaus nach diesem Prinzip gebaut; nach 20 Jahren ist es – den Wiederverkauf der Materialien eingerechnet – 15 Prozent günstiger als ein üblicher Bau. Oder nehmen Sie Plastiktüten, die sind mittlerweile selbst in Ruanda verboten, während das hierzulande immer noch diskutiert wird. In Italien müssen sie immerhin schon biologisch abbaubar sein.

GoNews: Das dürfte ein Vorwurf an die Politik sein, die Sie als Mitglied des Bundestages lange Zeit mitgestaltet haben. Warum haben Sie die Seiten hin zur Wirtschaft gewechselt?

Griefahn: Ich würde nicht sagen, dass ich die Seiten gewechselt habe. Ich habe immer an Lösungen gearbeitet. Wir haben mit Greenpeace damals den Spiegel dazu bewegt, chlorfreies Papier zu nutzen. Wir haben das Montreal-Abkommen mit auf den Weg gebracht, das FCKW in Kühlschränken verhindert hat. Das waren Lösungen, weil wir gezeigt haben: es geht auch anders. Genau so habe ich im Bundestag an Lösungen gearbeitet: Wir bauen in Ägypten, wo an 220 Tagen im Jahr die Sonne scheint, ein Goethe-Institut und setzen keine Solaranlage aufs Dach – das wäre doch absurd. Also haben wir das empfohlen. Und so habe ich nach der Politik geschaut, wo ich weiter nach Lösungen suchen kann. Und das mache ich heute noch.

CHECKLISTE

Die 20 besten Apps für den Arbeitsalltag

Projekte organisieren, Zeit planen, Termine speichern, Dokumente scannen und ablegen: Diese 20 Apps für Smartphones und Tablets machen den Arbeitsalltag für Makler leichter.



Any.do – wissen, was zu tun ist

Projektplanung leicht gemacht: Mit Any.do werden Aufgaben übersichtlich in Listen eingetragen und mit Prioritäten versehen. Ist die Arbeit erledigt, wird der Punkt auf der Liste abgehakt. **Gratis im App Store & bei Google Play**



Trello – wissen, wie der Stand ist

Auf Trello bekommt jedes Projekt ein Board, jeder Bearbeitungsstand eine Spalte und jede Aufgabe eine Kachel. Ist die Arbeit erledigt, wird die Kachel entsprechend in der Spalte verschoben. **Gratis im App Store & bei Google Play**



Chaos Control – alles im Griff

Chaos vermeiden mit David Allens „Getting Things Done“ Methode: Alle Aufgaben aufschreiben, einem Projekt zuordnen, Ziele festlegen und per Kalender immer alles im Blick behalten. **Basic: gratis / Premium: ab 6,99 €**



Boosted – alles zu seiner Zeit

Trotz vieler parallel laufender Projekte nie den Überblick verlieren: Mit Boosted können Aufgaben angelegt, einzelne Deadlines gesetzt sowie die Arbeitszeit erfasst und ausgewertet werden. **Gratis bei Google Play**



awork – (Arbeits) Zeit ist Geld

Wie viel Zeit wurde für welche Arbeit benötigt? Mit awork können Arbeitszeiten erfasst und einzelnen Projekten zugeordnet werden. Die Auswertung erfolgt in der App – oder per Excel. **Gratis bei Google Play**



Zoom – Meetings auf dem Handy

Mit Zoom wird das Smartphone zum Konferenzraum: Meetings lassen sich über einen Videochat ganz einfach online abhalten. Per Screensharing können sogar Dateien geteilt werden. **Gratis im App Store & bei Google Play**



Good Notes – digitale Notizen

Good Notes ist mehr als nur ein Notizbuch. Zum einen können Nutzer ihre Gedanken niederschreiben, zum anderen aber auch Dokumente oder Präsentationen hochladen und Notizen dazu machen. **8,99 € im App Store**



Mindly – Ordnung für die Gedanken

Gute Ideen kommen, wie sie wollen; Mindly hält diese Gedanken fest. Notizen machen und ordnen, eine Mindmap erstellen und als PDF speichern oder eine Rede vorbereiten – ganz digital. **Gratis im App Store & bei Google Play**



Keynote – Pitch für unterwegs

Für gute Präsentationen braucht es nicht immer komplexe Programme; mit Keynote entsteht der nächste Pitch auf dem Smartphone. Design wählen, Text und Bilder einfügen, animieren – fertig. **Gratis im App Store**



Teamup – alle Termine im Blick

Personalplanung leicht gemacht: Mit Teamup können eigene Termine eingestellt und mit dem gesamten Team geteilt werden. So weiß der Chef immer, wie er seine Mitarbeiter einsetzen kann. **Gratis im App Store & bei Google Play**



CamScanner – Scan per Cam

Der Scanner für die Hosentasche: Mit der App CamScanner können Dokumente einfach per Smartphone-Kamera gescannt und digitalisiert werden. Dank eines Filters sogar in Scannerqualität. **Basic: gratis / Premium: ab 4,99 € mtl.**



Tour – digitaler Kilometerzähler

Nie wieder Fahrtenbuch schreiben. Mit der App Tour werden die Fahrten ganz einfach per Smartphone erfasst, können dort in Kategorien unterteilt und dann als Excel-Datei heruntergeladen werden. **Gratis im App Store & bei Google Play**



Expensify – Ende der Spesen

Die Spesenabrechnung nervt und kostet Zeit – damit ist es vorbei. Rechnung einfach mit dem Smartphone abfotografieren, in die App Expensify laden und direkt vom Chef freigeben lassen – fertig. **Gratis im App Store & bei Google Play**



Triplt – die Reise kann kommen

Dienstreisen sind keine All-inklusive-Urlaube. Hotel finden, Flug buchen, Mietwagen leihen: das ist aufwendig. Mit Triplt können Nutzer ihre Reiseunterlagen sammeln und verwalten. **Gratis im App Store & bei Google Play**



Feine App: GoNews für unterwegs.

Auch die Gothaer bietet Apps an. Diese können Sie Ihren Kunden empfehlen – oder fürs eigene Geschäft nutzen



Gesundheitsapp – digitaler Arzthelfer

Arzt finden, Termin vereinbaren, Belege ablegen, Rezepte übermitteln: dank der Gesundheitsapp alles bequem mit dem Handy. **Gratis im App Store & Google Play**



Schadentracker – wissen, was los ist

Wie weit ist der Schaden schon bearbeitet? Mit dem Gothaer Schadentracker wissen die Kunden immer per Push-Update Bescheid. **Gratis im App Store & Google Play**



MediZ Duo – Police zum Anfassen

MediZ Duo-Flyer scannen und die Police zum Leben erwecken. Mit Hilfe von Augmented Reality werden die Highlights digital dargestellt. **Gratis im App Store & Google Play**



TeleClinic – smarte Sprechstunde

Behandlung per Video-Chat, Rezepte einlösen, Termine verwalten: Der Gothaer Service-Partner TeleClinic lädt den Arzt aufs Handy. **Gratis im App Store & Google Play**



EasyClaim – Klick zur Schadenhöhe

Vom Unfall bis zur Schadenhöhe in zwei Stunden: Kfz-Schaden fotografieren, in die App laden und Geld überweisen. **Gratis im App Store & Google Play**



eGoNews – News auf dem Handy

Mit den eGoNews lesen Makler ihre Zeitung auf dem Handy, rufen weitere Infos ab und nehmen Kontakt mit Experten auf. **Gratis im App Store & Google Play**

DIGITALISIERUNG

Ein Trouble Shooter, der den Arbeitsalltag leichter macht

Zum wiederholten Male wurde die Gothaer für die Qualität der technischen Anbindung von Maklern ausgezeichnet. Das ist gut, denn die Forderungen von Vermittlern nach Prozessoptimierung werden lauter.

Ob elektronischer Antragsversand, digitaler Postkorb oder die Navigation ins Makler-Portal: Das digitale Maklerbüro wird mehr und mehr Realität. Viele Makler setzen Maklerverwaltungsprogramme (MVP) ein und sind mit diesen zufrieden, auch die Einführung der BiPRO-Normen in die Technik schreitet voran. Relevant zu betrachten ist außerdem, welche Versicherer sich in Sachen technischer Unterstützung am besten schlagen.

Einmal im Jahr untersucht die deutsche-versicherungsboerse.de (dvb) die technischen Makleranbindungen von Versicherern. Dabei prüft ein Beirat aus IT-Spezialisten und Maklern die technische Unterstützung. Ergebnis: Die Gothaer belegte im dvb-Makler-Audit „IT-Prozesse im Maklerunternehmen: Vertrieb, Administration, Technik“ den zweiten Platz und erhielt damit die Auszeichnung in Silber.

Konkret wurden die folgenden Themenkomplexe untersucht:

- Stand der Umsetzung von BiPRO-Normen und weiterer Schnittstellen durch die Versicherungsunternehmen und MVP-Hersteller
- Detaillierte Informationen zum Umfang bereits vorhandener Schnittstellen zwischen Versicherern und MVP-Herstellern
- Umfang und Tiefe der Nutzung der technischen Schnittstellen sowie Bewertung der Extranetze der Versicherungsunternehmen
- Verwendung von Maklerverwaltungsprogrammen (MVP)
- Datenaktualisierung und Datenclearing

Die Maklerumfrage zielte neben den grundsätzlichen Fragen (siehe Infokasten) darauf ab, welche Services Versicherer für Vermittler anbieten müssen, um sich als Produktpartner erfolgreich für das Direktgeschäft zu positionieren. Besonders wichtig: Funktionen wie ein digitaler Postkorb und der Direkteinstieg ins Makler-Portal. Umgesetzt werden solche Services direkt in dem Maklerverwaltungssystem (MVP) des Vertriebspartners.

86 Prozent der Makler sind zufrieden mit ihrem MVP

Eine Frage liegt also nah: Wie zufrieden sind Makler eigentlich mit ihrem MVP? Ergebnis: Die bestehenden MVP-Systeme kommen bei einem Großteil der Makler gut weg. Insgesamt 86 Prozent sind zufrieden mit ihrem Verwaltungsprogramm und sehen keinen Grund für einen

Wechsel des Systems. Nutzer von selbst entwickelten MVP-Systemen gelangen allerdings schneller an die Grenze des technisch Machbaren und sind laut Umfrage demzufolge eher zu einem Wechsel bereit. Doch auch bei MVP-Systemen konventioneller Hersteller mehrten sich die Stimmen unzufriedener Nutzer. Die Probleme der Datenqualität

und Prozessunterstützung seien der Hemmschuh in der Verwirklichung des digitalen Maklerbüros.

Persönlicher Ansprechpartner als Schlüssel zum Erfolg

Wenn also die prozessuale Unterstützung des Versicherers aufgrund der begrenzten Möglichkeiten des

MVP hinter dem Marktstandard zurückhänge, seien 80 Prozent zu einem Austausch des bisher verwendeten Systems bereit. Für die Gothaer ein klares Zeichen, weiterhin auf Top-Qualität beim Anbindungsmanagement zu setzen und es nachhaltig zu professionalisieren. Den Schlüssel zum Erfolg sieht sie dabei in einem persönlich erreichbaren Digitalen Key

Account Management. Der Clou: In einem übergreifenden Ansprechpartner für Prozesse und Technik finden Vertriebspartner quasi den idealen „Trouble-Shooter“ in allen Fragen rund ums Thema BiPRO, der die (sparten-)übergreifende Kommunikation sowie die richtigen Schnittstellen sicherstellt und auch vor Ort unterstützen kann.

Ansprüche der Makler an die Versicherer steigen

Fazit: „Immer mehr Makler erkennen, dass sie sich technisch professioneller aufstellen müssen“, sagt Digital Key Account Managerin Melissa Knie. Dadurch steigt aber auch der Anspruch seitens der Vermittlerschaft an ein Versicherungsunternehmen. Der technische Service der Gothaer erleichtert Maklern den Arbeitsalltag erheblich. Vertriebspartner, die an einer



„Immer mehr Makler erkennen, dass sie sich technisch professioneller aufstellen müssen.“

Melissa Knie, Digital Key Account Managerin



Ein Ansprechpartner für alle Fälle: Das Digital Key Account Management der Gothaer hilft Maklern dabei, sich technisch professioneller aufzustellen.

Nutzung der Services „Elektronischer Antragsversand“, „Digitaler Postkorb“ oder „Navigation ins Makler-Portal“ interessiert sind, finden alles Wesentliche im Gothaer Maklerportal – inklusive Info-Flyer zum Thema BiPRO und den bestehenden Anbindungen zu Vergleichsportalen und Maklerverwaltungsprogrammen sowie dem Formular zur BiPRO-Anbindung bei der Gothaer.

Interessierte Vermittler erhalten außerdem über ihren zuständigen Maklerbetreuer alle Informationen.

Digital Key Account Management – so geht’s



Ihre Anforderung: Ein übergreifender Ansprechpartner rund um die Themen Prozesse und Technik



Unser Angebot: Unterstützung vor Ort und Erreichbarkeit für eine reibungslose Anbindung



Ein starkes Zeichen: Die Gothaer ist für Sie da – unkompliziert und schnell!

Vertrauen in die Nachfolger: In den nächsten fünf Jahren wollen rund 20.000 unabhängige Vermittler aus dem Job aussteigen.



GENERATIONSWECHEL

Unternehmensnachfolge für Makler: Fertig machen zur Übergabe

Was wird aus meinem Lebenswerk? Wer kümmert sich um meine Kunden? Und: Was bedeutet das Ende des Arbeitslebens vor allem finanziell? Wie soll das funktionieren, wenn sich kaum noch geeigneter Nachwuchs findet? Die GoNews zeigen die verschiedenen Optionen zur Nachfolgeregelung für Makler.

Die Versicherungsbranche steht – wie die meisten anderen Branchen auch – vor einem echten Generationenwechsel. Das gilt in besonderem Maße für den Vertrieb: Bis 2025 wollen rund 20.000 unabhängige Vermittler den Job an den Nagel hängen. Dabei stehen Maklern inzwischen eine Reihe unterschiedlicher Angebote zur Nachfolgeregelung zur Verfügung. Zu den häufigsten Modellen gehört weiterhin der klassische Bestandsverkauf. Daneben hat sich in den vergangenen Jahren eine weitere Option etabliert: die Verrentung des eigenen Unternehmens. Es lohnt sich, beide Modelle etwas genauer unter die Lupe zu nehmen.

Bestandsverkauf – Wunsch und Wirklichkeit oft auseinander

Wie viel Geld bringt ein Bestand? Wenn es um den Preis fürs eigene Lebenswerk geht, liegen Wunsch und Wirklichkeit leider häufig weit auseinander. Belastbare Zahlen sind schwer zu finden – und meist nur schwer zu verallgemeinern. Eine groß angelegte Studie der Maklerforen Leipzig mit der FH Dortmund kam 2018 zum Ergebnis, dass der durchschnittliche Erlös beim 1,8-fachen der Jahrescourtage für Schaden-/Unfallversicherungen ohne Kfz-Versicherungen lag, für letztere werden demnach 1,2 Jahrescourtage bezahlt. Ausreißer nach unten und oben sind nicht ungewöhnlich.

Hinzu kommen weitere Aspekte, die es schwierig machen, einen konkreten Preis für den individuellen Bestand zu prognostizieren. Für die genaue und differenzierte Bewertung

zählt die Größe des Unternehmens, die Zusammensetzung des Bestandes, Angebot und Nachfrage und damit auch das Verhandlungsgeschick. Helfen können Agenturen, die sich auf die externe Bestandsbewertung spezialisiert haben. Doch auch hier gilt: Angebot und Nachfrage bestimmen weitaus stärker den Preis als ein vermeintlich neutrales Gutachten. Außerdem sollte

dem Verkäufer klar sein: Die Bestandsbewertung kann durchaus mit hohen Kosten verbunden sein. Gleichzeitig zählt für manche Agentur vor allem der schnelle Abschluss – und nicht die Maximierung des Preises. Dennoch gibt es natürlich gute Berater am Markt, die durchaus einen echten Mehrwert für den Vermittler mitbringen – zum Beispiel, indem sie bei

der professionellen Aufbereitung der Bestandsdaten unterstützen oder in steuerlichen Angelegenheiten und bei Rechtsfragen helfen können.

Bestandsverrentung – nicht auf falsche Versprechen reinfallen

Gerade für kleinere Maklerunternehmen, die nur wenige Interessenten für einen Komplettverkauf finden, gibt es mittlerweile attraktive Alternativen. Im Rahmen von sogenannten „Maklerrenten“-Modellen übergibt ein Makler seine Bestände frühzeitig an einen Käufer. Im Gegenzug gibt er rechtliche und operative Risiken an den Käufer ab – und erhält weiterhin bis zu 100 Prozent seiner Bestandscourtage. Manchmal besteht sogar die Option, im Todesfall des Maklers die Zahlungen auf Hinterbliebene zu übertragen. Zu den prominentesten Anbietern gehören Jung, DMS & Cie., Policen Direkt und Simplr (Blau Direkt).

Mit den Maklerrenten kann das Lebenswerk eines Vermittlers zu von Beginn an feststehenden Konditionen verrentet werden. Bei der Auswahl des Anbieters lohnt sich jedoch der genaue Vergleich, ein persönlicher Kontakt und der Blick ins Kleingedruckte. Einige Anbieter versuchen Makler mit unrealistischen Versprechen zu ködern. Trotzdem liegen die Vorteile des Modells im Vergleich zum reinen Auslaufenlassen (siehe Kasten) auf der Hand, nämlich im Wegfall der Betriebskosten, der Haftung und der Beratungspflicht – und nicht zuletzt in der Entlastung des Maklers im Rentenalter.

Ob Verkauf oder Verrentung – unabhängig von der Bewertungsmethode

und vom Verkaufsmodell gilt: Derjenige Makler erzielt den besseren Preis, der seine Hausaufgaben gemacht hat. Ein gut gepflegter Bestand eines Unternehmens mit einer IT auf der Höhe der Zeit hat die besseren Karten als ein Berg unvollständiger Aktenordner. Mit allen Kunden sollten schriftliche Maklerverträge vorliegen, die auch eine ausreichende Datenschutzklausel enthalten bei einer eventuellen Weitergabe an Dritte. Jede Kundenakte muss aussagekräftige Beratungsdokumentationen enthalten, die auch einigermaßen regelmäßig im Rahmen von Folgeberatungen ergänzt werden. All das verbessert die Chancen auf einen zufriedenstellenden Erlös.

Übrigens: Wann der ideale Zeitpunkt ist, sein Erbe zu regeln, dafür gibt es keine Faustregel. Die Empfehlungen reichen von mindestens drei Jahren (Policen Direkt) bis zu weitaus mehr. So rechnet Matthias Beenken, Professor für Versicherungswirtschaft an der Fachhochschule Dortmund, damit, dass die entsprechenden Prozesse rund zehn Jahre vor dem geplanten Ausscheiden angestoßen werden sollten. Denn was vor allem die alten Hasen durchaus wissen könnten: Die Mühlen mahlen langsam in der Assekuranz. Allein für das Umbuchen der Bestände durch die Versicherer müssten Beenken zufolge bis zu zwei Jahre eingeplant werden.

Bestand auslaufen lassen: (k)eine gute Idee?

Wer auch im Alter noch Lust auf Vertrieb hat, kommt oft auf die Idee, zwar Akquise einzustellen, den Betrieb aber weiterlaufen zu lassen und von den Bestandsprovisionen zu zehren. Vermittler sollten einige Aspekte beachten.

- **Bestandsabrieb einkalkulieren:** Je mehr sich der Makler aus dem Geschäft zurückzieht, desto größer wird die Gefahr, dass die Kunden sich auf die Suche nach neuer Betreuung machen. Der Unternehmenswert wird so sukzessive abgeschmolzen.

- **Betreuungs- und Weiterbildungspflichten kennen:** Auch wer den Betrieb auf Sparflamme weiterführt, muss die volle Weiterbildungszeit jährlich nachweisen. Zudem hat jeder Kunde laut VVG das Recht, mindestens einmal pro Jahr durch

seinen Vermittler prüfen zu lassen, ob der Versicherungsschutz noch den individuellen Anforderungen entspricht – Dokumentationspflicht inklusive.

- **Haftungsrisiken begrenzen:** Vermittler sollten Haftungsrisiken begrenzen, etwa, indem sie ihr Geschäft in eine andere Gesellschaftsform überführen, um Privatvermögen zu schützen.

- **Übertragbarkeit bedenken:** Ein aktueller Vertrag und DSGVO-konforme Datenschutzvereinbarung mit Kunden gewährleisten die Übertragbarkeit, falls es doch nicht mehr weitergeht.

- **Unternehmervollmacht vorhanden?** Makler sollten dafür sorgen, dass im Fall der Fälle sachkundige Menschen handlungsfähig sind.



MaklerTV



www.makler.gothaer.de/beenkenweiterbildung

TIPPS & TERMINE

Zum Informieren



Thomas Pache
**Cybersicherheit für
Vermittler**

Durch die Digitalisierung entwickelt sich die Technik immer weiter. Das bringt viele Vorteile, aber birgt auch Risiken. So öffnet das Internet Kriminellen neue Türen in Unternehmen. Hackerangriffe sind schon jetzt ein großes Problem. Viele Firmen erkennen das und wollen sich schützen – mit einer Versicherung. Thomas Pache erklärt anhand von konkreten Fragen, wie Makler ihre Kunden perfekt beraten.

108 Seiten; ISBN: 978-3-96329-294-1; 24,90 Euro; Verlag Versicherungswirtschaft

Zum Anhören



NewFinance.today
Podcastreihe „Makler 4.0“
In seiner Podcastreihe „Makler 4.0“ unterhält sich

das Online-Magazin NewFinance.today regelmäßig mit jungen Maklern. Einer von ihnen: Ingo Schröder. In dem Gespräch mit dem Gründer der maiwerk Finanzberatung und Interviewpartner auf Seite 3 dieser Zeitung ging es unter anderem um das Thema „Green Invest“ sowie Nachhaltigkeit bei Investitionen, dem Schwerpunkt-Thema dieser GoNews-Ausgabe. Er bestätigt: diese Produkte werden deutlich stärker nachgefragt.

Diese und alle weiteren Folgen der Podcast-Reihe „Makler 4.0“ kostenlos anhören: www.newfinance.today

Zum Weiterbilden



Alsterspree Verlag
**profino – die Maklertmesse
im Internet**

Sie ist der größte Treffpunkt für Makler im Internet und der ideale Ort, um sich zu informieren und zu vernetzen: Die profino. Wie auf einer Messe präsentieren sich Aussteller an ihren Ständen und stellen den Besuchern Informationen und Angebote zur Verfügung. Aber es gibt noch einen ganz besonderen Service: In der Akademie können sich Makler Webinare ansehen und sie als Weiterbildungszeit anrechnen lassen. Bereits mehr als 16.000 Vermittler nutzen dieses Angebot jeden Monat. **Kostenlos anmelden und jederzeit Webinare online abrufen auf der Seite: www.profino-online.de**

Impressum GoNews

Exklusive Zeitung der Gothaer für Vertriebspartner
Ausgabe Januar 2020

Herausgeber:
Gothaer Versicherungsbank VVaG
Arnoldiplatz 1, 50969 Köln
Verantwortlich für den Herausgeber:
Ulrich Neumann, Leiter Partnervertrieb,
Astrid Hemmersbach-Mathen, Presse und
Unternehmenskommunikation
Konzeption und Umsetzung:
AEMEDIA, Hammerbrookstraße 93, 20097 Hamburg
www.ae-media.de
Chefredaktion:
Astrid Hemmersbach-Mathen (Gothaer, Presse
und Unternehmenskommunikation),
Andreas Eckhoff (AEMEDIA)
Redaktion und Autoren:
Oliver Hardt (Fotoredaktion), Nina Schwarz,
Malte Säger, Martin Scheele, Alexander Siebert
Gestaltung:
Stephan Kuhlmann
Fotos und Grafiken: iStock, privat, Gothaer
Druck: Melter Druck, Mühlacker

*Zum Wohle der Gesundheit:
Die Herstellung pharmazeu-
tischer Produkte braucht eine
gute Absicherung.*



200 JAHRE
Gothaer

HISTORIE

Police seit 1820 – Apotheke ist ältester Gothaer-Kunde

Vor 200 Jahren half der Apotheker Johann Bartholomäus Trommsdorff seinem Freund Ernst Wilhelm Arnoldi, die Gothaer zu gründen, war einer der ersten Kunden – und ist es auch heute noch. Über eine 200-jährige Geschäftsbeziehung.

Johann Bartholomäus Trommsdorff war ein loyaler Mann mit starker Meinung. Das bekam sogar Frankreichs Kaiser Napoleon Bonaparte zu spüren. „Die Chemie hat kein großes Haupt mehr, seit Lavoisier das seinige verloren“, antwortete er 1807 in Erfurt auf die Frage Napoleons, wen er für den größten Chemiker seiner Zeit halte. Antoine Laurent de Lavoisier wurde während der Französischen Revolution hingerichtet.

Für die Folgen seiner Worte war sich Trommsdorff nicht zu schade. Die Franzosenzeit soll ihn sein gesamtes Vermögen und kurzfristig auch die Freiheit gekostet und der Kaiser das Gespräch sofort beendet haben.

Noch älter als die Gothaer: Trommsdorff gibt es seit 1797

Auf die Loyalität und die Unterstützung des Apothekers konnte sich auch ein weiterer Zeitgenosse verlassen: Ernst Wilhelm Arnoldi, ein enger Freund des Erfurters – und Gründer der Gothaer. Ihm half Trommsdorff, die Gothaer Feuer- und Versicherungsbank als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit zu gründen und sieben Jahre später auch die Gothaer Lebensversicherungsbank ins Leben zu rufen. Es war der Grundstein der Gothaer. Dazu war Trommsdorff mit der Schwan-Ring-Apotheke einer der ersten Kunden.

In diesem Jahr feiert die Gothaer ihr 200-jähriges Jubiläum. Ihr ältester Kunde, die Firma Trommsdorff, ist sogar noch 23 Jahre älter. Als sie gegründet wurde, tobte in Frankreich die Revolution. Das Deutsche Kaiserreich war noch ferne Zukunft. Wenn ein Unternehmen so alt wird – und das wird es nur, wenn es dazu auch erfolgreich ist –, liegt das vor allem an der Weitsicht und Innovationskraft der handelnden Personen; an Menschen wie den Freunden Ernst Wilhelm Arnoldi und Johann Bartholomäus Trommsdorff.

Trommsdorff war, was man heute als einen Visionär bezeichnen würde. Einer, der über den eigenen Tellerrand hinaus blickt, um sein Geschäft auf Erfolgskurs zu halten und gleichzeitig möglichst vielen Menschen zu helfen. Er übernahm nach der Apotheker-Lehre in Weimar, Stettin und Stargard 1790 die Erfurter Schwan-Ring-Apotheke von seinem Vater. Doch statt allein auf den Verkauf von Medikamenten zu setzen, begann der Apotheker 1797 damit, über den eigenen Bedarf hinaus Arzneistoffe herzustellen und sie anderen Apothekern zum Kauf anzubieten. Dabei achtete er auf standardisierte Verfahren, mit denen er große Mengen in gleichbleibender Qualität herstellen konnte – und legte damit den Grundstein für das Geschäftsmodell, mit dem die Firma Trommsdorff noch heute erfolgreich ist.

Aus der mehr als 200 Jahre alten Geschäftsidee hat sich ein modernes, mittelständisches Unternehmen entwickelt, das ca. 220 Mitarbeiter beschäftigt und 2018 rund 63 Millionen Euro Umsatz gemacht hat. Der Fokus liegt mittlerweile auf der Herstellung und dem Vertrieb von sogenannten OTC-Produkten. OTC ist die englische Abkürzung für Over-the-counter, das sind Pharmazeutische Produkte, die nicht verschreibungspflichtig sind. Zu den bekanntesten Produkten der Firma Trommsdorff gehören zum

ist die Firma Trommsdorff nicht nur einer der ältesten Pharmahersteller Deutschlands, sondern bietet auf dem sich immer stärker spezialisierenden Pharmamarkt noch immer kompletten Service.

Seit 2018 gehört Trommsdorff zur Dermapharm-Gruppe

Der Gründer selbst erlebte das natürlich nicht mehr. Trommsdorff starb 1837. Kurz darauf trennte sein Sohn Apotheke und Fabrikation und ließ die Firma H. Trommsdorff ins Handelsregister der Stadt Erfurt eintragen. Heute jedoch hat das Unternehmen seinen Sitz in Alsdorf in der Nähe von Aachen und ist längst nicht mehr im Besitz der Familie. Der Enkel des Firmengründers hatte es bereits 1885 an ein Konsortium verkauft.

Seit 2018 gehört die Firma schließlich zur Münchner Dermapharm-Gruppe. Über die Jahrhunderte ist eines geblieben: die Verbindung zur Gothaer. Noch heute bietet Trommsdorff seinen Mitarbeitern eine betriebliche Altersvorsorge aus dem Gothaer-Portfolio an. „Unsere 200-jährige Tradition bei der Herstellung von pharmazeutischen Produkten ist verpflichtend für unser Denken und Handeln“, sagt Rüdiger Hoppe, der neben dem Vertrieb den Geschäftsbereich Pharma OTC und RX leitet: „Das gilt auch für unsere langjährige Zusammenarbeit mit der Gothaer Versicherung.“ Worte, die Johann Bartholomäus Trommsdorff sicher gefallen dürften.



**„Die Chemie hat kein
großes Haupt mehr,
seit Lavoisier das
seinige verloren.“**
**Johann Bartholomäus
Trommsdorff**

Beispiel Keltican forte®, was bei Nervenschmerzen oder Tromcardin complex®, was bei Herzerkrankungen eingesetzt werden kann. Darüber hinaus